

Lampiran

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK FACE WASH BIORE* DI KOTA
SEMARANG
(Studi Pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang)

Kepada Yth :
Saudara/i Responden
Di Kota Semarang

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kirania Putri Basti
NIM : 14030119110048
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro

Guna melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore Di Kota Semarang”, saya memohon bantuan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan yang saya buat sesuai pendapat saudara/i. Hasil kuesioner ini hanya dipergunakan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1). Seluruh informasi dari hasil penelitian akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan ketersediannya menjadi responden, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Kirania Putri Basti

I. Petunjuk pengisian

1. Isilah jawaban identitas anda dengan benar sesuai dengan pertanyaan yang telah disediakan.
2. Untuk pertanyaan pilihan, anda dapat memberikan tanda (O) pada opsi yang telah disediakan.

II. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia : ____ Tahun
3. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Alamat :

a. Banyumanik	i. Pedurungan
b. Candisari	j. Semarang Barat
c. Gajahmungkur	g. Semarang Selatan
d. Gayamsari	h. Semarang Tengah
e. Genuk	i. Semarang Timur
f. Gunungpati	j. Semarang Utara
g. Mijen	k. Tembalang
h. Ngaliyan	l. Tugu
5. Nomor Telepon/HP :
6. Pekerjaan :

a. Pelajar/Mahasiswa	e. Ibu Rumah Tangga
b. TNI/POLRI/PNS	f. Pensiunan
c. Karyawan BUMN	g. Lainnya...
d. Karyawan Swasta	
7. E-mail :

8. Pendidikan :
- | | |
|------------|----------------|
| a. SD | e. Sarjana/S1 |
| b. SMP | f. Magister/S2 |
| c. SMA | g. Doktor/S3 |
| d. Diploma | h. Lainnya |
9. Pengeluaran rata-rata tiap bulannya :
10. Frekuensi pembelian produk Biore :
11. Apakah saudara/i bersedia mengisi kuesioner ini?
- Ya
 - Tidak

III. Pernyataan Terkait Variabel

- Pada lembar ini terdapat beberapa pernyataan yang harus anda isi dan diharapkan agar menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
- Tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan memberikan tanda (O) pada opsi yang telah disediakan.

Responden dimohon mengisi pernyataan dengan skala 1 sampai 5, dengan keterangan sebagai berikut :

- (5) Sangat Setuju (SS)
- (4) Setuju (S)
- (3) Netral (N)
- (2) Tidak Setuju (TS)
- (1) Sangat Tidak Setuju (STS)

Penyataan Brand Image (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Friendly - Unfriendly						
1.	Logo dari produk Biore mudah dikenali					
Modern - Outdate						
2.	Biore Face wash selalu mengupgrade produknya sesuai dengan minat konsumen.					
Useful - Not						
3.	Variasi produk Biore Face Wash dapat memenuhi berbagai permasalahan kulit konsumen.					
Popular - Unpopular						
4.	Dikenal sebagai produk yang terjangkau di masyarakat.					
Artificial – Natural						
5.	Produk Biore Face Wash mengandung bahan-bahan yang tekah teruji.					
6.	Produk Biore Face Wash menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit dan wajah.					

Pernyataan Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kinerja (Performance)						
1.	Penggunaan produk Biore Face Wash dapat memberikan perubahan pada penampilan wajah.					
2.	Merasa nyaman ketika menggunakan produk Biore Face Wash.					
3.	Produk <i>Face Wash</i> mudah diaplikasikan pada kulit wajah.					
Daya Tahan (Durability)						
4.	Biore Face Wash ketika diaplikasikan ke kulit hasilnya dapat bertahan apabila digunakan secara rutin.					
5.	Biore <i>Face Wash</i> mudah menyerap ketika diaplikasikan ke kulit.					
Kesesuaian Dengan Spesifikasi (Conformance to Specifictation)						
6.	Manfaat produk sesuai dengan yang dijanjikan/tertera pada label kemasan produk.					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Keistimewaan Tambahan (Features)						
7.	Produk Biore Face Wash mendapat sertifikasi dari MUI sehingga terjamin halal.					
Keandalan (Reliability)						
8.	Komposisi Produk Biore Face Wash tidak mudah rusak					
9.	Biore Face Wash mampu mengangkat kotoran pada wajah dengan sempurna					
Estetika (Aesthetics)						
10.	Produk Biore Face Wash memiliki kemasan yang menarik					
11.	Produk Biore Face Wash memiliki bahan kemasan yang kokoh dan tidak mudah rusak.					
Kualitas yang dirasakan (Perceived Quality)						
12.	Merasakan perubahan berdasarkan pemakaian rutin produk Biore Face Wash.					
13.	Produk Biore Face Wash memberikan hasil yang memuaskan.					

Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kemantapan Pada Suatu Produk						
1.	Membeli produk Biore Face Wash karena telah merasa yakin dengan informasi yang diterima.					
Kebiasaan Dalam Membeli Produk						
2.	Produk Biore Face Wash memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya sehingga tidak ingin mencoba produk lain.					
3.	Membeli produk Biore Face Wash karena melihat dari kebiasaan orang terdekat.					
Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain						
4.	Menyarankan produk Biore Face Wash kepada orang lain sebagai pilihan produk kecantikan.					
Melakukan Pembelian Ulang						
5.	Apabila Biore Face Wash mengeluarkan produk dengan formulasi baru, maka akan melakukan pembelian.					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
6.	Melakukan pembelian ulang untuk produk Biore Face Wash lebih dari sekali dalam waktu satu tahun.					

Lampiran 2

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan dr. Antonius Guruh
Kampus Universitas Diponegoro
Tembalang Semarang, Kode Pos 50275
Tel./Faks. (024) 74605407
www.undip.ac.id
| email : fsoip@undip.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No: 521/017.5.74.4 / AB VIII /

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro Semarang, menerangkan bahwa :

Nama : Kirania Putri Basti
NIM : 14030119110048
Departemen : Administrasi Bisnis
Waktu Penelitian : Mei 2023 - Juni 2023
Lokasi Penelitian : Kota Semarang
Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore Di Kota Semarang (Studi Pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang)

Benar nama diatas telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi/tugas akhir dengan judul " Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore Di Kota Semarang (Studi Pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang) ".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar selanjutnya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 28 Agustus 2023.

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si
NIP 197603302003122001

Lampiran 3

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Per Bulannya	Frekuensi Pembelian Produk
1	18	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
2	19	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	2x
3	19	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	3x
4	19	Perempuan	Semarang Selatan	Karyawan BUMN	SMA	2.000.000	3x
5	19	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	5.000.000	2x
6	19	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.500.000	1x
7	20	Perempuan	Semarang Timur	Pelajar/mahasiswa	SMA	500.000	2x
8	20	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	400.000	1x
9	20	Perempuan	Semarang Utara	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
10	20	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	2x
11	21	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.500.000	1x
12	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
13	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
14	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	2.000.000	3x
15	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	5.500.000	1x
16	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
17	21	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
18	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	1x
19	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	2x

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Per Bulannya	Frekuensi Pembelian Produk
20	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	4.000.000	1x
21	21	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	1.500.000	2x
22	21	Perempuan	Semarang Selatan	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	1.000.000	1x
23	21	Perempuan	Gajahmungkur	Karyawan BUMN	Diploma	2.500.000	2x
24	21	Perempuan	Genuk	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
25	21	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/Mahasiswa	SMA	700.000	3x
26	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	1.500.000	3x
27	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	2x
28	21	Perempuan	Candisari	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	3x
29	21	Perempuan	Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa	SMA	300.000	2x
30	21	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/Mahasiswa	Diploma	500.000	1x
31	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	2x
32	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	3x
33	21	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	2x
34	21	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	3x
35	22	Perempuan	Pedurungan	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
36	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.500.000	2x
37	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	2x
38	22	Perempuan	Semarang Selatan	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	6.000.000	1x
39	22	Perempuan	Tugu	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	600.000	1x
40	22	Perempuan	Gunungpati	Karyawan BUMN	Sarjana/S1	4.500.000	2x
41	22	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	1x

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Per Bulannya	Frekuensi Pembelian Produk
42	22	Perempuan	Semarang Tengah	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	1.000.000	3x
43	22	Perempuan	Semarang Timur	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	3.000.000	2x
44	22	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	1.500.000	1x
45	22	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
46	22	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/mahasiswa	SMA	600.000	1x
47	22	Perempuan	Semarang Timur	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
48	22	Perempuan	Pedurungan	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	2.000.000	2x
49	22	Perempuan	Semarang Timur	Pelajar/mahasiswa	SMA	500.000	2x
50	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	2.000.000	2x
51	22	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
52	22	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.500.000	2x
53	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
54	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	400.000	1x
55	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	2x
56	22	Perempuan	Genuk	Karyawan Swasta	Diploma	1.500.000	1x
57	22	Perempuan	Tugu	Pelajar/mahasiswa	Diploma	2.000.000	1x
58	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
59	22	Perempuan	Mijen	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	2.000.000	2x
60	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	2.000.000	1x
61	22	Perempuan	Ngaliyan	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	1.000.000	3x
62	22	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana/S1	1.000.000	2x
63	22	Perempuan	Banyumanik	Wiraswasta	Sarjana/S1	30.000.000	3x
64	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	2.000.000	3x
65	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.600.000	2x

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Per Bulannya	Frekuensi Pembelian Produk
66	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	2x
67	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	3.500.000	2x
68	22	Perempuan	Gayamsari	Pelajar/Mahasiswa	SMA	200.000	1x
69	22	Perempuan	Tembalang	Pelajar/Mahasiswa	SMA	1.000.000	1x
70	23	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	1.500.000	1x
71	23	Perempuan	Tembalang	Pelajar/mahasiswa	SMA	5.000.000	1x
72	23	Perempuan	Ngaliyan	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.000.000	1x
73	23	Perempuan	Tembalang	Karyawan BUMN	Sarjana/S1	1.000.000	2x
74	23	Perempuan	Banyumanik	Pelajar/mahasiswa	SMA	2.000.000	1x
75	24	Perempuan	Tembalang	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.500.000	1x
76	25	Perempuan	Tembalang	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.500.000	1x
77	25	Perempuan	Gunungpati	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.500.000	2x
78	26	Perempuan	Semarang Barat	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	1.500.000	2x
79	26	Perempuan	Banyumanik	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	4.000.000	2x
80	26	Perempuan	Gayamsari	Karyawan Swasta	Diploma	3.000.000	2x
81	27	Perempuan	Tugu	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	5.000.000	1x
82	27	Perempuan	Semarang Utara	TNI/POLRI/PNS	Sarjana/S1	15.000.000	2x
83	27	Perempuan	Genuk	Karyawan BUMN	Sarjana/S1	2.000.000	2x
84	27	Perempuan	Genuk	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	5.000.000	2x
85	27	Perempuan	Semarang Selatan	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	5.000.000	1x
86	27	Perempuan	Semarang Selatan	Pelajar/mahasiswa	Sarjana/S1	3.000.000	2x
87	27	Perempuan	Tugu	Wiraswasta	Sarjana/S1	10.000.000	1x
88	27	Perempuan	Gayamsari	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	2.500.000	2x

No. Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Per Bulannya	Frekuensi Pembelian Produk
89	28	Perempuan	Semarang Tengah	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.000.000	3x
90	28	Perempuan	Tembalang	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	1.000.000	1x
91	28	Perempuan	Genuk	Karyawan BUMN	Sarjana/S1	2.000.000	2x
92	28	Perempuan	Gayamsari	Ibu Rumah Tangga	Diploma	4.000.000	3x
93	29	Perempuan	Semarang Barat	Ibu Rumah Tangga	Sarjana/S1	6.000.000	1x
94	29	Perempuan	Tugu	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	5.000.000	1x
95	29	Perempuan	Mijen	Karyawan BUMN	Sarjana/S1	3.000.000	1x
96	29	Perempuan	Banyumanik	Karyawan BUMN	Diploma	2.000.000	2x
97	30	Perempuan	Tugu	Karyawan Swasta	Magister/S2	3.000.000	2x
98	30	Perempuan	Semarang Selatan	Karyawan Swasta	Magister/S2	4.000.000	2x
99	34	Perempuan	Gajahmungkur	Karyawan Swasta	Sarjana/S1	4.000.000	2x
100	35	Perempuan	Semarang Tengah	Ibu Rumah Tangga	Diploma	2.500.000	3x

Lampiran 4

TABEL INDUK

Brand Image (X1)						TOTAL	Kualitas Produk (X2)													TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
3	3	3	3	2	2	16	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	43	2	2	2	3	3	3	15	
4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	48	3	3	3	4	4	4	21	
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	24	
4	3	3	4	4	3	21	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	43	4	3	3	3	2	3	18	
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	62	5	5	5	5	5	5	30	
2	2	2	2	3	3	14	4	4	4	2	3	4	4	3	2	4	4	4	46	4	2	2	2	2	4	16	
4	4	3	3	3	3	20	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	46	3	2	2	3	3	3	16	
3	2	2	2	3	3	15	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	43	2	4	2	2	2	4	16	
4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	53	4	3	4	4	3	3	21	
4	3	3	3	4	4	21	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	51	4	4	4	3	3	3	21	
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	24	
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	3	3	3	3	3	3	18	
3	3	4	4	3	3	20	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	43	4	3	3	3	3	4	20	
4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	46	4	4	3	4	4	4	23	
4	4	2	2	2	3	17	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	46	4	2	2	2	2	2	14	
5	4	3	4	4	3	23	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	47	4	3	4	3	3	3	20	
5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	62	5	5	4	4	3	5	26	
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	24	
2	2	2	2	1	1	10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	23	2	1	1	2	2	1	9	
4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	57	4	4	4	5	4	4	25	
3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	2	4	5	4	2	2	4	4	46	2	2	4	4	4	4	20	
3	3	3	2	2	2	15	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	46	3	2	2	2	3	3	15	

Brand Image (X1)						TOTAL	Kualitas Produk (X2)													TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	64	5	5	5	5	5	5	30	
4	3	4	3	3	3	20	3	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	48	3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	4	3	3	19	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37	2	3	3	3	3	3	17
5	5	4	4	4	4	26	3	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	56	4	5	4	4	4	5	26
3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	41	3	4	3	3	2	2	17
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	5	4	27	4	4	5	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	52	5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	5	3	4	25	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	55	5	4	4	3	3	4	23	
4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	41	3	5	3	3	3	5	22	
4	3	4	4	3	4	22	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	50	4	3	4	4	2	4	21	
5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	62	5	5	5	5	5	5	30	
4	3	3	4	3	4	21	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	49	4	2	3	3	2	4	18
5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	52	4	3	3	3	4	5	22
4	3	3	4	3	3	20	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	45	3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	46	4	3	3	4	4	4	22
5	4	3	5	5	5	27	3	4	5	2	4	3	5	5	4	4	4	3	3	49	5	5	4	5	4	4	27
4	3	3	4	3	3	20	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	48	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	2	5	4	24	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	54	4	4	4	4	2	4	22	
5	3	3	5	5	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	5	5	5	5	30	
5	4	5	4	5	3	26	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	59	4	5	5	5	3	4	26	
5	4	3	5	5	5	27	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	3	3	3	3	3	3	18	
4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	62	5	4	5	4	4	5	27
3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	46	4	3	4	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	24	
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	62	5	5	5	5	5	5	30

Brand Image (X1)						TOTAL	Kualitas Produk (X2)													TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
4	4	3	3	3	4	21	2	2	3	3	3	4	4	2	5	2	2	2	3	37	3	4	4	4	4	2	21
5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	55	4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	3	3	14	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	41	2	2	1	1	1	1	8
4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	56	4	4	5	4	4	5	26
3	3	4	2	4	4	20	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	49	3	4	3	3	4	4	21
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	57	4	4	4	4	3	5	24
5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	60	4	3	4	4	5	4	24
4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	48	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	20	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	56	4	4	3	3	3	4	21
5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	60	5	4	5	5	5	5	29
3	3	3	3	2	2	16	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	45	3	3	2	2	3	3	16
4	3	3	4	3	3	20	4	4	3	4	4	3	5	4	5	3	3	4	3	49	4	4	4	3	3	4	22
5	4	5	5	5	5	29	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	54	5	5	4	4	4	5	27
5	3	5	5	5	4	27	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	58	5	4	5	3	5	4	26
5	4	5	4	4	5	27	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	58	4	5	3	4	5	4	25
5	5	5	4	5	3	27	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	57	4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	4	5	3	25	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	57	4	4	5	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	56	4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	3	4	24	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	57	5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	5	5	3	26	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	55	4	5	3	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	53	5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	56	5	5	3	4	5	5	27
5	4	5	4	4	3	25	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	58	4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	3	26	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	55	5	4	5	4	4	5	27
5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	58	4	4	5	4	5	4	26
4	3	3	3	3	4	20	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	4	3	4	45	4	3	3	3	3	3	19

Brand Image (X1)						TOTAL	Kualitas Produk (X2)													TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	58	4	5	5	5	4	5	28
5	4	4	5	3	4	25	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	56	4	5	4	4	4	5	26
5	4	4	5	3	4	25	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	57	3	4	5	4	4	5	25
5	3	3	3	4	4	22	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	51	4	3	3	4	4	5	23
4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	3	3	50	5	4	4	2	2	2	19
4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	41	3	3	3	2	2	2	15
4	5	4	3	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	53	5	4	4	4	5	5	27
5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	57	4	4	4	4	5	5	26
4	4	3	4	5	5	25	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	54	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	4	21	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	58	4	4	2	3	4	3	20
4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	62	5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	4	3	3	22	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	45	3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	59	5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	64	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18	3	3	5	3	4	5	5	5	5	3	4	3	3	51	3	2	2	2	2	2	13
4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	51	3	3	3	4	4	4	21
4	3	3	5	5	4	24	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	45	3	2	3	3	2	2	15
3	4	4	5	5	4	25	3	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	4	4	53	3	3	4	3	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	51	4	3	3	4	3	4	21
4	3	3	4	3	4	21	3	4	4	3	4	3	5	2	3	4	3	4	3	45	4	4	3	4	3	3	21
4	4	3	5	5	5	26	3	2	5	3	3	3	4	2	3	5	5	3	2	43	2	2	3	2	2	3	14
4	5	4	4	4	3	24	4	4	5	4	4	5	2	4	2	2	4	4	4	48	4	4	3	4	4	5	24
4	4	3	5	5	4	25	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	50	4	3	3	3	3	4	20
5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	58	4	4	4	4	5	5	26

Lampiran 5

1. Hasil Uji Validitas Brand Image (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.303**	.351**	.304**	.135	.153	.580**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.002	.179	.128	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.303**	1	.399**	.238*	.315**	.247*	.634**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.017	.001	.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.351**	.399**	1	.262**	.347**	.328**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.009	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.304**	.238*	.262**	1	.294**	.439**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.002	.017	.009		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.135	.315**	.347**	.294**	1	.404**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.179	.001	.000	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.153	.247*	.328**	.439**	.404**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.128	.013	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.580**	.634**	.691**	.659**	.650**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	6

3. Hasil Uji Koefisien Korelasi Brand Image (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	.814**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.814**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Sederhana Brand Image (X_1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.662	.659	2.77694

a. Predictors: (Constant), X1

5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Brand Image (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1479.841	1	1479.841	191.903	.000 ^b
	Residual	755.719	98	7.711		
	Total	2235.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.755	1.603		.471	.639
	X1	.928	.067	.814	13.853	.000

a. Dependent Variable: Y

6. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₂)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
TOTAL	Pearson Correlation	.760**	.778**	.684**	.743**	.765**	.684**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
TOTAL	Pearson Correlation	.536**	.638**	.541**	.662**	.744**	.812**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

		X2.13	TOTAL
TOTAL	Pearson Correlation	.769**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

7. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	13

8. Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	.820**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.820**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Sederhana Kualitas Produk (X_2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.669	2.73430

a. Predictors: (Constant), X2

10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1502.872	1	1502.872	201.015	.000 ^b
	Residual	732.688	98	7.476		
	Total	2235.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

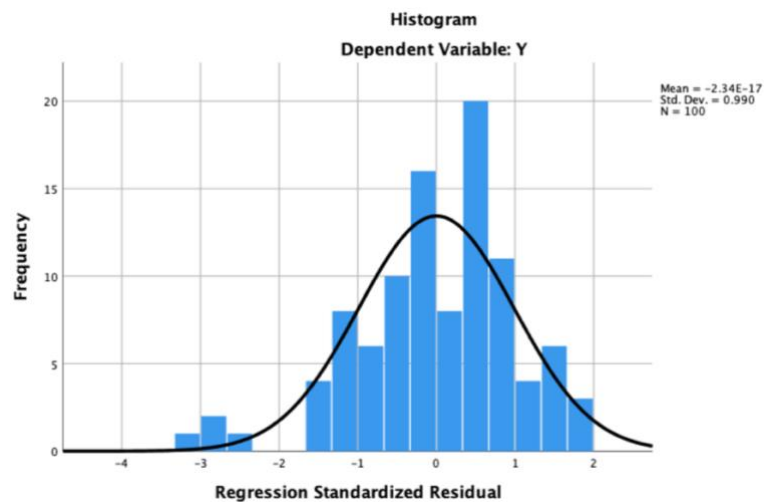
Coefficients^a

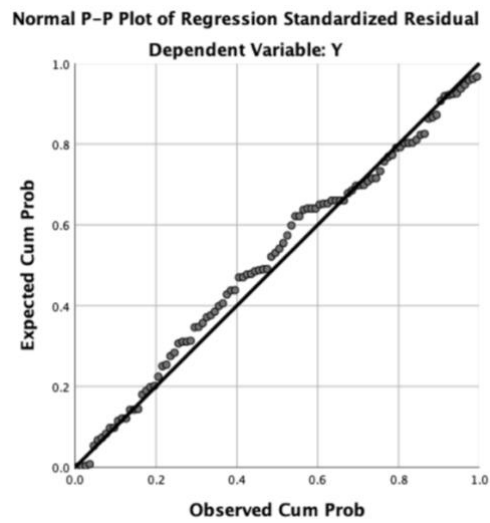
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.011	1.968		-2.546	.012
	X2	.537	.038	.820	14.178	.000

a. Dependent Variable: Y

11. Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas)

Dikatakan normal apabila nilai signifikansinya $>0,05$ dan dikatakan tidak normal jika uji signifikansinya $<0,05$.





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38456690
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.042
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

12. Hasil Uji Asumsi Klasik (Multikolinieritas)

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah setiap variabel bebas berkorelasi tinggi satu sama lain atau tidak. Jika VIF (Variance Inflation Factor) <10 dan Tolerance Value >0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

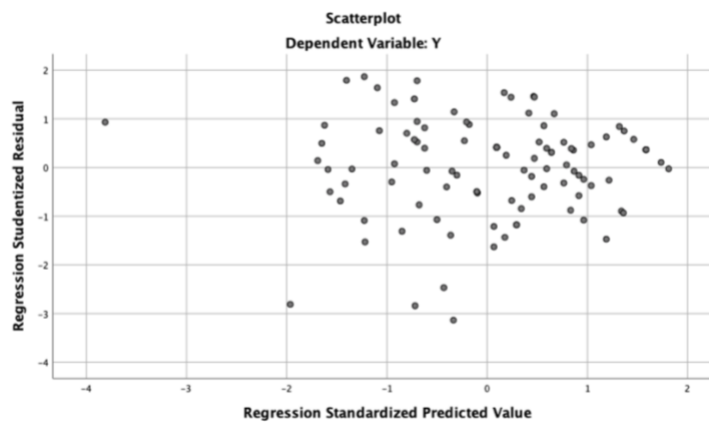
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error					Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-5.220	1.734		-3.010	.003						
	X1	.506	.094	.443	5.408	.000	.814	.481	.276	.386	2.589	
	X2	.309	.054	.473	5.764	.000	.820	.505	.294	.386	2.589	

a. Dependent Variable: Y

Pada data tersebut diketahui bahwa VIF pada *brand image* (X1) adalah 2,589 yang berarti <10 dan nilai Tolerance Value adalah 0,386 yang berarti $>0,1$ maka data diatas tidak terjadi multikolinieritas.

13. Hasil Uji Asumsi Klasik (Heteroskedastisitas)



14. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.653**	.647**	.566**	.517**	.590**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.653**	1	.664**	.685**	.628**	.647**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.647**	.664**	1	.748**	.641**	.632**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.566**	.685**	.748**	1	.752**	.686**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.517**	.628**	.641**	.752**	1	.687**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.590**	.647**	.632**	.686**	.687**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.777**	.848**	.858**	.879**	.842**	.843**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

15. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	6

16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Korelasi Brand Image (X_1), Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.011	1.968		-2.546	.012
	X2	.537	.038	.820	14.178	.000

a. Dependent Variable: Y

17. Hasil Uji Regresi Linear berganda Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.669	2.73430

a. Predictors: (Constant), X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1502.872	1	1502.872	201.015	.000 ^b
	Residual	732.688	98	7.476		
	Total	2235.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Tabel r

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

Tabel t

df	Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
		0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	0,002
81	0,67753	1,29209	1,66388	1,98969	2,37327	2,63790	3,19392	
82	0,67749	1,29196	1,66365	1,98932	2,37269	2,63712	3,19262	
83	0,67746	1,29183	1,66342	1,98896	2,37212	2,63637	3,19135	
84	0,67742	1,29171	1,66320	1,98861	2,37156	2,63563	3,19011	
85	0,67739	1,29159	1,66298	1,98827	2,37102	2,63491	3,18890	
86	0,67735	1,29147	1,66277	1,98793	2,37049	2,63421	3,18772	
87	0,67732	1,29136	1,66256	1,98761	2,36998	2,63353	3,18657	
88	0,67729	1,29125	1,66235	1,98729	2,36947	2,63286	3,18544	
89	0,67726	1,29114	1,66216	1,98698	2,36898	2,63220	3,18434	
90	0,67723	1,29103	1,66196	1,98667	2,36850	2,63157	3,18327	
91	0,67720	1,29092	1,66177	1,98638	2,36803	2,63094	3,18222	
92	0,67717	1,29082	1,66159	1,98609	2,36757	2,63033	3,18119	
93	0,67714	1,29072	1,66140	1,98580	2,36712	2,62973	3,18019	
94	0,67711	1,29062	1,66123	1,98552	2,36667	2,62915	3,17921	
95	0,67708	1,29053	1,66105	1,98525	2,36624	2,62858	3,17825	
96	0,67705	1,29043	1,66088	1,98498	2,36582	2,62802	3,17731	
97	0,67703	1,29034	1,66071	1,98472	2,36541	2,62747	3,17639	
98	0,67700	1,29025	1,66055	1,98447	2,36500	2,62693	3,17549	
99	0,67698	1,29016	1,66039	1,98422	2,36461	2,62641	3,17460	
100	0,67695	1,29007	1,66023	1,98397	2,36422	2,62589	3,17374	

Lampiran 6

Hasil Uji Turnitin

FIXX SKRIPSI FULL 3			
ORIGINALITY REPORT			
17 %	19 %	11 %	9 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.undip.ac.id <small>Internet Source</small>	3 %	
2	eprints2.undip.ac.id <small>Internet Source</small>	3 %	
3	Submitted to Universitas Diponegoro <small>Student Paper</small>	1 %	
4	ejournal3.undip.ac.id <small>Internet Source</small>	1 %	
5	www.kao.com <small>Internet Source</small>	1 %	
6	repository.uinsaizu.ac.id <small>Internet Source</small>	<1 %	
7	Submitted to Universitas Nasional <small>Student Paper</small>	<1 %	
8	Submitted to Universitas Putera Batam <small>Student Paper</small>	<1 %	
9	journal.ubm.ac.id <small>Internet Source</small>	<1 %	